



Э.Б. Асылтаева,
Ш.А. Ишмухамедов

«Тұран» университеті, Алматы, Қазақстан
(E-mail: e.assyltayeva@turan-edu.kz, sh.ishmukhamedov@turan-edu.kz)

Медиа жастардың азаматтық бірегейлігін қалыптастырудың факторы ретінде

Аңдатпа. Мақалада жастардың арасындағы азаматтық бірегейліктің қалыптасуында кездесетін мәселелер талқыланады, оның ішінде басты назар азаматтық бірегейлену үрдісіне әсер ететін бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердің рөліне аударылған. Қазіргі заманда орын алған халықаралық аренадағы турбуленттік жағдай мен жаһандану үрдісінің белең алуы қоғамның, оның ішінде жастардың арасындағы азаматтылық сана-сезімі мен өзін мемлекеттің азаматы ретінде сезінуінің өзекті мәселелердің қатарына қосты. Осы орайда қазіргі жастардың ақпаратқа жеңіл қолжетімділігін, түрлі ақпараттық арналардың тез таралуын ескере отырып, олардың жастардың санасына, оның ішінде азаматтық бірегейлену үрдісіне тигізетін әсерін зерттеу маңызды болып табылады.

Мақалада бұқаралық ақпарат құралдарының және әлеуметтік желілердің жастардың азаматтық бірегейлігінің қалыптасуына тигізетін әсері анықталады. Сонымен қатар, азаматтық бірегейліктің қалыптасуында жаңа медиа технологиялардың әлеуеті қарастырылып, олардың бірегейлену иерархиясындағы орнына талдау жасалып, азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда медианың әлеуеті көрсетіледі. Зерттеуде бұқара ақпарат құралдарының әр түрлерінің жастардың бірегейлену үрдісіне ықпалы анықталған. Онда дәстүрлі бұқара ақпарат құралдарының белгілі-бір рөлі айқындала отырып, жаңа медиа, яғни Интернет пен әлеуметтік желілердің маңыздылығы көрсетілген. Зерттеу Интернет пен әлеуметтік желілер арқылы ақпаратты қабылдайтын жастардың санасында бірегейлену иерархиясында айтарлықтай өзгешеліктер байқалмайтынын көрсетті. Интернет және әлеуметтік желілер арқылы ақпарат алатын жастарда өздерін Қазақстан азаматы ретінде сезіну деңгейі бірдей екені анықталды. Ал дәстүрлі БАҚ-ын пайдаланушы жастардың санасында бірегейлену иерархиясында өзгешеліктер байқалады. Зерттеудің практикалық маңыздылығын зерттеу нәтижелерін ғылыми қызметкерлермен, сондай-ақ медиа, гуманитарлы ғылымдары саласындағы мамандармен пайдалана алу мүмкіндігі құрайды. Бұл мақала ҚР ҒЖБМ ҒК-нің қаржыландыру аясында әзірленді.

Түйін сөздер: азаматтық бірегейлік, жастар саясаты, бұқаралық ақпарат құралдар, жаңа медиа технологиялар, әлеуметтік желілер, жаңа медиа, ақпараттық кеңістік, жаңа медиа, Интернет.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6887/2023-143-2-8-20>
Түсті: 22.03.2023 / Жариялауға қабылданды: 10.04.2023

Кіріспе

Қазіргі таңда әлемде болып жатқан түрлі өзгерістер әр мемлекеттің өзіндік егеменділігін, ішкі тұрақтылығын сақтап қалуда маңызды орынға ие болатын қоғамның санасындағы азаматтық бірегейліктің қалыптасуы мен нығаюы өзекті мәселелердің қатарынан табылуда. Осы орайда мемлекеттің болашағы ретінде есептелетін жастардың арасында бірегейліктің бұл түрі ерекше маңызға ие. Өйткені, ақпараттық технологиялардың дамуы, оның ішінде әлеуметтік желілер жастардың санасына елеулі әсерін тигізіп жатқанын жоққа шығаруға болмайды. Жастар әлеуметтік желілер, мобильді қосымшалар сияқты ақпараттық технологиялар арқылы түрлі ақпаратты күнделікті қабылдап жатыр. Ол ақпарат көп жағдайда мемлекет тарапынан ғана емес, жастардың ата-анасының назарынан да тыс қалып жатқанын байқауға болады.

Жастардың әлеуметтенуінің басты құралы ретінде бұқаралық ақпарат құралдары, сонымен қатар қазіргі заманның жаңа тренді ретінде әлеуметтік желілердің жастарға тигізетін ықпалы күннен-күнге артуды. Бұл орайда олардың тек қана жағымсыз әсерін ескеріп қана қоймай, жаңа медианың жастардың әлеуметтену үрдісінде оңтайлы қолдануға болатын әлеует ретінде қарастыруға болады.

Мәселенің тұжырымдамасы

Жас ұрпақтың азаматтық бірегейлігін қалыптастырудағы әр түрлі әлеуметтік институттардың, оның ішінде жастардың әлеуметтенуінде алғашқы ақпарат беріп, құндылықтарды дәріптейтін отбасының рөлі бүгінде екіұшты бағаланады. Посткеңестік мемлекеттерге тән аға буын мен жас ұрпақтың өкілдіктер арасындағы көп жағынан алшақтық әлі де болса орын алуда деген оймен толық келісуге болады. Сондықтан бүгінгі таңда азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда бұқаралық ақпарат құралдары үлкен рөл атқарады. Бұқаралық ақпарат құралдары жас ұрпаққа мемлекеттің толыққанды азаматы ретінде сезінуі мен өзін осы мемлекетте толық жүзеге асыра алу мүмкіндіктің бар екендігіне сенім қалыптастыруға жауапты болып табылады.

Зерттеудің мақсаты

Зерттеудің мақсаты қазіргі заманда азаматтық бірегейліктің қалыптасуына

бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердің рөлін анықтау болып табылады. Қазіргі таңда бұқаралық ақпарат құралдарының этностық бірегейлікті қалыптастыруда рөлін зерттеуге бағытталған ғылыми еңбектер көп. Ал азаматтық бірегейлікті қалыптастырудағы медианың маңызын зерттейтін еңбектер жеткіліксіз болып табылады.

Зерттеу әдістері

Зерттеудің эмпирикалық базасын бұқаралық ақпарат құралдар мен әлеуметтік желілердің азаматтық бірегейлікті қалыптастырудағы рөлін анықтау мақсатында жастардың арасында жүргізілген әлеуметтік сауалнама құрады. Сауалнама Алматы қаласының жоғарғы оқу орындарында білім алып жатқан жастар арасында 2023 жылдың қаңтар-ақпан айларында жүргізілді. Сауалнамаға 14-35 жас аралығындағы барлығы 370 азаматтар қатысты. Бұл орайда жастар санатына жататын азаматтардың жасын 35 жасқа дейін ұлғайту туралы заңнамаға енгізілген өзгерістер, сонымен қатар Алматы қаласындағы жастардың ресми статистикасы ескерілді [1]. Әлеуметтік зерттеу қорытындыларын талдау үшін жастарды Э.Эриксон ұсынған жас кезеңділігі бойынша 3 топқа бөліп қарастыру ұсынылды [2].

Сауалнама анонимді түрде өтті. Барлық сауалнамаларда іріктеу көп сатылы стратификацияланған, аумақтық, кездейсоқ болып табылады. Зерттеуге Алматы қаласының әр ауданында тұратын азаматтар қамтылды. Рұқсат етілген қатенің мөлшері – 2,97%. Сауалнамаға азаматтық бірегейлікті зерттеуде жиі қолданылып жүрген сұрақтар енгізілді. Сонымен қатар, сауалнама автормен әзірленген сұрақтардан тұрды. Сауалнама әлеуметтік зерттеулерге қойылатын талаптарға сәйкес барлық кезеңдерден өтті. Сұрақтар алдын-ала экспертизадан өтті. Сауалнама сұрақтарын тәжірибеде әлеуметтік зерттеулер жүргізіп жүрген жетекші үш эксперт қарады. Зерттеуге жастардың қатысатынын ескеріп, эксперттер тарапынан сұрақтарды жастарға түсінікті болатындай етіп, жеңілдетуге қатысты ұсыныстар айтылды. Эксперттердің берген ескертулері толығымен ескерілді. Экспертизадан кейін сауалнама 2 рет пилоттық зерттеуден өтті. Бірінші пилоттық зерттеу барысында жастар тарапынан жиі айтылған, сауалнамада

көрсетілмеген жаңа жауап нұсқасын қосу туралы шешім қабылданды. Екінші пилоттық зерттеу барысында сұрақтар туындамай, сауалнама апробациядан сәтті өтті. Пилоттық зерттеулерге барлығы 70 жас азаматтар қатысты.

Зерттеу нәтижелері мен талқылау

Соңғы жылдары қоғамдық-гуманитарлық ғылымда азаматтық бірегейлік ұғымын кеңінен зерттеу орын алуда. Дегенмен де, қазіргі таңда азаматтық бірегейлікке қатысты нақты, жалпы анықтама жоқ. Әрбір ғалым бұл құбылысты әртүрлі қырынан қарастырады және бір жақты түсіндірудің күрделілігін дәлелдейді.

Азаматтық сәйкестілік мәселесі алғаш рет батыс ғылымында үлкен талқылауға ие болды. Көптеген ғалымдар азаматтық бірегейлік - бұл ұлттың қалыптасуынан туындаған субъективті сана деп есептейді. Азаматтық бірегейлікті азаматтық ұлттың қалыптасуының жемісі ретінде түсіндіретін ғалымдар саны көбейе бастағанын байқауға болады. Саналы таңдау дәстүрлері ғылымға өз үлестерін қосты (rational choice). Бұл дәстүр көбінесе Д. Лайтиннің еңбегінде көрініс табады [3]. Ғалымның жұмысында тіл мен азаматтық бірегейліктің арақатынасы талқыланып, бірегейлікті қалыптастырудағы тілдің орны анықталды. Азаматтық бірегейлікті зерттейтін ғалымдар санатына Р.Куран [4], К.Чандра [5], Р.Брубейкер [6], Дж.Гибсон [7], Д.Сирс [8] және т. б. жатады.

Азаматтық бірегейліктің қалыптасуын «азаматтық ұлт» ұғымының синонимі ретінде қарастыратын ғалымдардың ішінде И.Гердер [9], Г.Гегель [10], Дж.Роулз [11], Я.Тайлор [12] атауға болады. Бұл ғалымдар азаматтық қоғам мен бостандық категориялары бойынша азаматтықты қарастырады.

Азаматтық бірегейліктің әлеуметтік-мәдени құрылымы контекстінде Е.Смиттің [13], С.Шульманнның [14] және т. б. Ғалымдардың еңбектері әлеуметтік ғылымның дамуы үшін, оның ішінде ұлттың қалыптасуы контекстінде маңызды және құнды болып табылады.

Либералды дәстүрді түсіндірудегі азаматтық бірегейлік мәселелері Ресей Федерациясы ғалымдарының ең өзекті тақырыптарының біріне айналуда. Бұл тұрғыда азаматтық бірегейлік патриотизм мен азаматтық тұрғысынан қарастырылады. Бұл кезекте үлкен үлес қосқан ғалымдардың

ішінде А.Г.Здравомыслов [15], В.А.Тишков [16], Э.А.Поляков [17], П.А.Цыганков [18], В.Журавлева [19], Р. Анисимов [20] және т. б. атауға болады.

Азаматтардың бірегейлену үрдісін, оның ішінде азаматтық бірегейліктің қалыптасу ерекшеліктерін өз еңбектерінде атап өткен ғалымдардың ішінде А.Нысанбаев, А.Косиченко, Р.К.Кадыржанов, Н.Романова, Е.К.Алияров, В.Д.Курганская, М.С.Ашимбаев, Л.С.Ахметов, Б.Бектурганова, Г.Оразалиева, М.Шайкемелов, А.С.Балгимбаев, М.Нурғалиева, С.С.Ахметова, Г.А.Бейсенованы атауға болады.

Азаматтық бірегейлікті көп ғалымдар Отанға деген сүйіспеншілікпен түсіндіреді. Сонымен қатар, зерттеушілер қазіргі ақпараттық кеңістік жағдайында азаматтық бірегейлікті қалыптастыру процесі бірнеше кезеңнен өтетінін айтады:

- біріншіден, ұлттық және азаматтық сезімдер туралы хабардар болу және азаматтарды басқа халықтардан бөлу;

- екіншіден, өзінің жеке азаматтығын сезіну;

- үшіншіден, өз мәдениетін басқа мәдениеттермен салыстыру («біз-олар»);

- елдегі саяси қауымдастықтың субъектісі ретіндегі орнын түсіну және ұлтаралық өзара іс-қимыл қажеттілігін мойындау [21].

Азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда ақпарат кеңістігіндегі құндылықтар жүйесінің насихатталуы үлкен мәнге ие. Оның ішінде дәстүр мен идеология тек қана жастардың ғана емес, барша Қазақстан халқының бірігуінің негізі болып есептеледі. Ақпарат құралдары азаматтардың санасына әсер ете отырып, бірегейлену үрдісіне, азаматтық құндылықтар жүйесіне тікелей әсер етеді.

Кейбір ғалымдардың пікірінше, азаматтық бірегейлікті қалыптастыру әртүрлі арналар арқылы және көптеген факторлардың әсерінен жүзеге асады. Азаматтық қоғамдастықтың ұжымдық субъективтілігін қалыптастыру және қолдау факторларының ішінде ең маңыздылары: жалпы тарих, азаматтық қоғамдастықтың өзін-өзі тануы, ортақ мәдениет, тіл, қоғамдастықтың саяси әрекеттермен байланысты бірлескен эмоционалды күйлерді сезінуі [22].

Бұқаралық ақпарат құралдары адамның, ұлттық, азаматтық бірегейліктің және жалпы қоғамның дамуында маңызды рөл атқарады. Олардың негізгі миссиясы – өзін әртүрлі функцияларды орындайтын арна ретінде

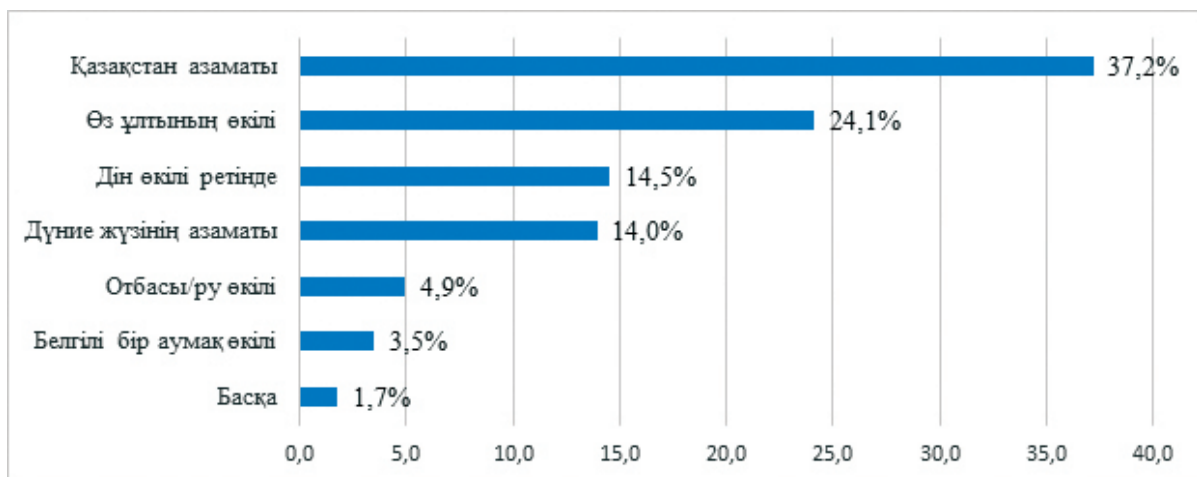
ұсыну: ақпараттандыру, көңіл көтеру, пікір қалыптастыру, сонымен қатар ағарту. А.Вики, Э.С.Сильва және Л.М.Хименес Анхельдің көзқарасы бойынша, мұндай коммуникативті қатынастар қоғамдастық сезімін нығайтуға және әлеуметтік жағдайларды бақылауға мүмкіндік беретін рәміздер арқылы дамиды [23].

Қазақстанда азаматтық бірегейлікті қалыптастыру бірнеше кезеңдерден өтті. Мемлекет деңгейінде бірегейлікті қазақстандық бірегейлікпен ұштастырып, бірліктің іргетасы ретінде мәдени, этностық, тілдік және діни әралуандылыққа негізделген жалпыұлттық құндылықтарды дәріптеу 2015 жылы жүзеге асты. Бұл «Қазақстандық бірегейлік пен бірлікті нығайту және дамыту» тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 28 желтоқсандағы № 147 Жарлығында көрініс тапты. Бұл тұжырымдамада азаматтық бірегейлік «Мәңгілік ел» жалпы ұлттық патриоттық идеясымен байланыстырылды. Тұжырымдаманы іске асыру мерзімі 2015 – 2025 жылдар аралығын қамтыса да, Жарлық 2018 жылдың 5 мамырында күші жойылды. Тұжырымдамада азаматтық бірегейлікті қалыптстыруда Қазақстан халқы ассамблеясының, үкіметтік емес ұйымдардың, Дүниежүзілік қазақтар қауымдастығымен қатар, қазақстандық бірегейлікті нығайту

жүйесінде бұқаралық ақпарат құралдарының да рөлдері көрсетілген [24]. Тұжырымдаманы уақытынан бұрын тоқтату себептері көрсетілмеген.

Зерттеуге қатысқан респонденттердің 69,5% қазақ ұлты, 30,5% басқа ұлттар өкілі, оның ішінде 11,7% орыс ұлтының өкілдері қатысты. Жынысына қарай респонденттердің саны біркелкі.

Зерттеуге қатысушылардың өзіндік идентификациясын анықтау мақсатында «Өзіңізді бірінші орында кіммін деп санайсыз» деген сұрақ қойылды. Сұраққа көп дегенде 3 жауап беру мүмкіндігі көзделген. Нәтижесінде жауаптардың ішінде «Қазақстан азаматы» деген нұсқа жиі таңдалды (37,2%). Бұл жастардың арасында азаматтық бірегейліктің басым болғанын көрсетеді. Дегенмен де, алдыңғы жылдары жалпы қазақстандықтардың арасында жүргізілген азаматтық бірегейліктің деңгейінен төмен екенін байқауға болады. Әр түрлі зерттеу институттарымен жүргізілген сауалнама қорытындылары бойынша 2000 жылдан бастап азаматтық бірегейліктің деңгейі 46% төмен болмаған. Соңғы 2014 жылы жүргізілген сауалнама бойынша азаматтық бірегейліктің деңгейі 57,1% құраған [25]. Бұл жастар арасында жалпы қазақстандықтармен салыстырғанда азаматтық бірегейліктің төмен екенін көрсетеді.

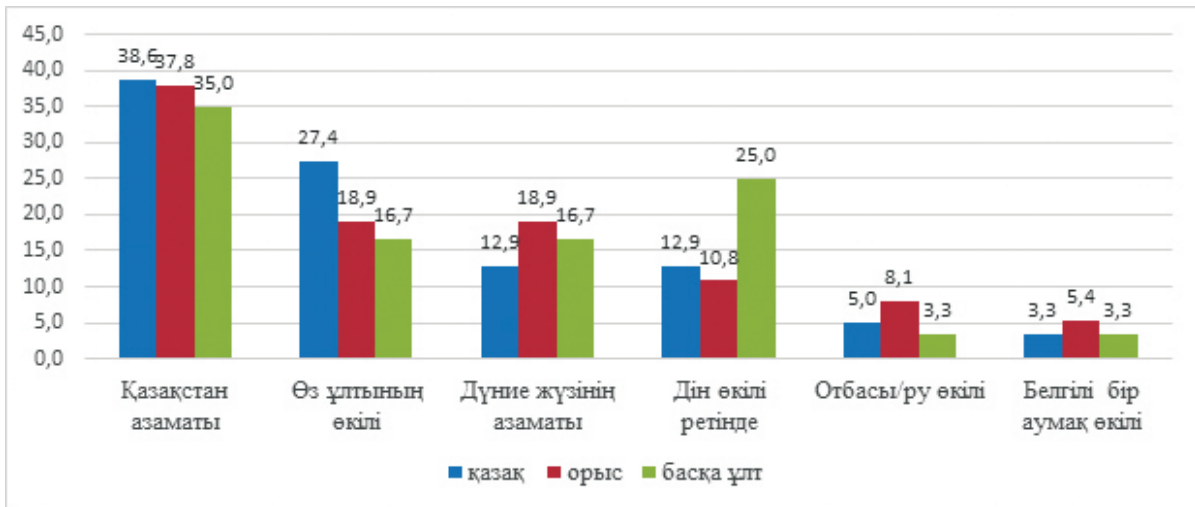


Сурет 1. «Өзіңізді бірінші орында кіммін деп санайсыз (3 жауапты таңдауға болады)» сұрағына берілген жауаптардың пайыздық көрсеткіші

Суретте көрсетілгендей, жастардың арасында екінші орында ұлттық, яғни этностық бірегейліктің тұрғанын байқауға болады (24,1%). Сонымен қатар, жастардың арасында діни бірегейлік (14,5%) пен жаһандық бірегейлік (14%) түрлерінің бір орында тұрғанын көруге болады. Жаһандық бірегейлік, яғни «дүние жүзінің азаматымын» деген жауап сауалнамаға пилотты зерттеу жүргізу барысында жастардың ұсыныстары негізінде қосылды. Бұл қазіргі таңдағы жастардың арасында жаһан азаматы болу сияқты жаңа бірегейлік түрінің қалыптасып

келе жатқанын көрсетеді.

Зерттеу барысында азаматтық бірегейлік деңгейінің жастардың этностық құрамы тұрғысынан айырмашылықтың жоқ екенін байқауға болады. Қазақ пен орыс ұлты өкілдерінің арасында азаматтық бірегейлік деңгейінің көрсеткіші қатысты бірдей (қазақ – 38,6%, орыс – 37,8%). Ал басқа ұлт өкілдері арасында азаматтық бірегейліктің деңгейі шамалы төмен екенін байқауға болады. Бірінші орында өзін Қазақстан азаматы ретінде сезінемін деген жауапты 35% өзге ұлт өкілдері белгілеген.



Сурет 2. «Өзіңізді бірінші орында кіммін деп санайсыз (3 жауапты таңдауға болады)» сұрағына берілген жауаптардың пайыздық көрсеткіші (этнос бойынша)

Ұлттық бірегейлік басқа ұлт өкілдерімен салыстырғанда қазақ жастарының арасында жоғары екені анықталды. Қазақ жастарының 27,4% өздерін ұлт немесе белгілі бір этнос өкілі ретінде сезінеді. Бұл бірегейлік түрі бірегейлену иерархиясында екінші орында орналасқан. Атап өтетін жайт, этностық топтар арасында өздерін дүниежүзілік азаматы ретінде сезіну көбінесе орыс жастарына (18,9%) және басқа ұлт өкілдеріне тән (16,7%). Ал діни бірегейлік басқа ұлт өкілдері арасында жоғары (25%).

Азаматтық бірегейліктің қалыптасуына бұқара ақпарат құралдарының әсерін анықтау мақсатында жастарға «Елімізде болып жатқан оқиғалар туралы ақпаратты қандай арналардан аласыз?» деген сауал қойылды. Сауалнама нәтижелерін салыстырмалы

талдау арқылы қарастыру көзделді. Бұл орайда жастардың арасында «өздерін бірінші орында Қазақстан азаматы ретінде есептеймін» деген жауапты таңдағандар мен зерттеуге қатысушылардың арасында бұл жауапты таңдамағандардың көрсеткіштері салыстырылды.

Зерттеудің нәтижесінде «Өзіңізді бірінші орында кіммін деп санайсыз» деген сұраққа «Қазақстан азаматы» деген жауапты таңдамағандардың басым бөлігі ақпаратты Интернет желісінен алатындығы анықталды (51,5%). Ал өздерін бірінші орында Қазақстан азаматы ретінде есептейтін жастардың 48,6% ақпаратты тек қана Интернет арқылы алатыны байқалды. Бұл азаматтық бірегейліктің қалыптасуына Интернет желісінің біршама болса да кері әсерін тигізетінін көрсетеді.

Кесте 1. «Ақпаратты қандай арналар арқылы аласыз (бірнеше жауапты таңдауға болады)» сұраққа берілген жауаптардың нәтижелері

Ақпарат арналары	Бірінші орында «Қазақстан азаматы» ретінде есептейтін жастар	Бірінші орында «Қазақстан азаматы» ретінде есептемейтін жастар
Интернет	48,6%	51,5%
Әлеуметтік желілер	46,9%	46,6%
Дәстүрлі БАҚ (теледидар, газета, радио)	4,5%	1,9%

Зерттеудің маңызды нәтижесінің бірі ретінде жастардың арасында азаматтық бірегейліктің қалыптасуына дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының оң әсерін тигізетінін көруге болады. Бірінші орында «Қазақстан азаматы» ретінде есептейтін жастар жиі ақпаратты дәстүрлі БАҚ арқылы аламын деген жауапты таңдаған (4,5%). Ал, өздерін Қазақстан азаматы ретінде есептемейтін жастар дәстүрлі БАҚ арна көзі ретінде тек қана 1,9% жиілікпен көрсеткен. Бұл дәстүрлі бұқаралық ақпарат көздерінің азаматтық бірегейліктің қалыптасуында маңызды рөл атқаратынын көрсетеді.

Зерттеуге қатысқан жастардың 49,1% ақпаратты Интернет арқылы алса, 46,7% әлеуметтік желілерде және 4,2% бұқаралық ақпараттық құралдары арқылы алатыны анықталды. Дәстүрлі БАҚ пайдаланушылардың арасында жастардың

аз екенін мойындай отырып, бұл арна көзінің азаматтық бірегейлікке тигізетін рөлін атаған жөн. Бұл орайда, тек қана теледидар емес, қазіргі кезеңде радионың да әлеуметін ескерген жөн деп есептейміз. Өйткені, қазіргі жастар арасында мобильділіктің жоғары болуы, уақытты үнемдеу сияқты жүріс-тұрыс ақпаратты жүре отырып алу, оның ішінде бір мысал ретінде көліктерде жаңалықтарды алуға ұмтылу сияқты тенденция байқалады. Сауалнамаға қатысушылар газетті мүлдем оқымайтынын көрсеткен. Бұл өз кезегінде азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда ақпарат құралдарының аталмыш түрі ешқандай нәтиже бермейтінін көрсетеді. Сонымен қатар, жастардың көбі ақпарат құралдарының интернет-ресурстары түрімен қатар олардың әлеуметтік желілердегі арналары мен мобильді қосымшаларды жиі пайдаланытын көрсеткен.

Кесте 2. «Елімізде болып жатқан оқиғалар туралы ақпаратты қандай дереккөздерден аласыз?» сұрағына берілген жауаптардың бірегейлік түрі бойынша пайыздық көрсеткіші

№	Бірегейлік түрі	қазақстандық	ресейлік	шетелдік	басқа
1	Өз ұлтының өкілі	84,1	2,3	13,6	0,0
2	Дін өкілі ретінде	82,7	3,8	13,5	0,0
3	Қазақстан азаматы	82,8	1,5	14,2	1,5
4	Дүние жүзінің азаматы	59,3	11,9	25,4	3,4
5	Белгілі бір аумақ өкілі	75,0	0,0	25,0	0,0
6	Отбасы/ ру өкілі	75,0	0,0	18,8	6,3

Зерттеу нәтижесінде өзін Қазақстан азаматы (82,8%), өз ұлтының (82,7%) және дін өкілі (84,1%) ретінде есептейтін жастардың көбісі ақпаратты қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарынан алатынын көрсеткен. Ақпаратты ресейлік (11,9%) және шетелдік (25,4) бұқаралық ақпарат құралдарынан

алатын жастардың санасында жаһандық бірегейліктің (дүниежүзінің азаматымын) жоғары екенін көруге болады. Сонымен қатар, атап өтетін жайт, өздерін дүниежүзінің азаматы ретінде санайтын жастар ақпарат алу үшін қазақстандық бұқара ақпарат құралдарын басқа бірегейлікті иеленетін

азаматтардан аз пайдаланатыны белгілі болды (59,3%). Белгілі бір аумақ өкілі мен отбасы/рудың өкілі ретінде өзін есептейтін азаматтардың ақпарат көздерінің түрі ұқсас көрсеткішті көрсетеді.

Ақпарат көздердің азаматтардың бірегейлену үрдісіне әсерін анықтау мақсатында респонденттердің жауаптарын ақпарат арналары тұрғысынан қарастыру алға міндет етіп қойылды.

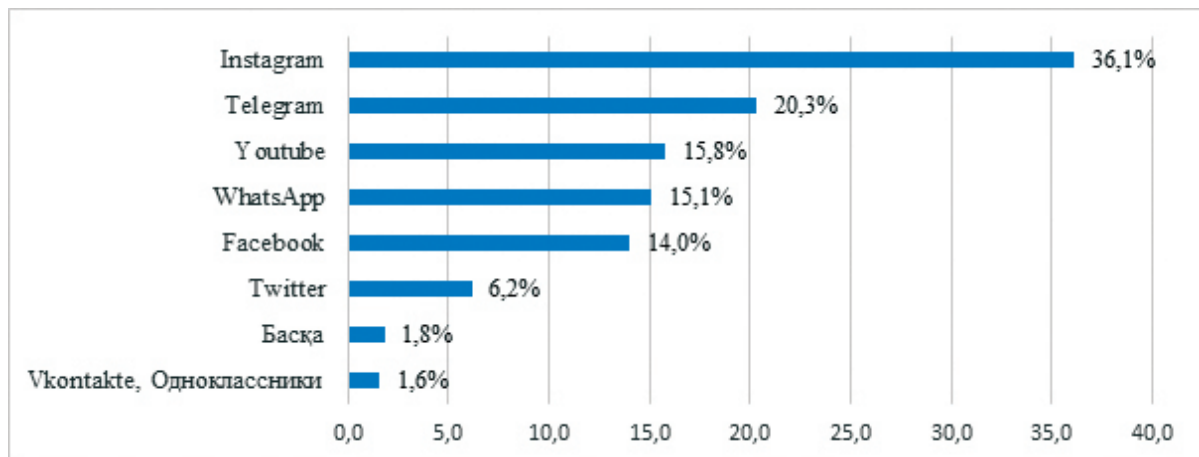
Кесте 3. «Өзіңізді бірінші орында кіммін деп санайсыз (3 жауапты таңдауға болады) сұрағына берілген жауаптардың ақпарат арналары бойынша пайыздық көрсеткіші

Ақпарат арналары	Өз ұлтының өкілі	Дін өкілі ретінде	Қазақстан азаматы	Дүние жүзінің азаматы	Белгілі бір аумақ өкілі	Отбасы/ру өкілі
Интернет	24,9%	13,3%	38,7%	15,1%	2,7%	5,3%
Дәстүрлі БАҚ (теледидар, газета, радио)	9,5%	23,8%	38,1%	9,5%	0%	19%
Әлеуметтік желілер	24%	16,9%	37,3%	12,9%	4,9%	4%

Кестеде көрсетілгендей, Интернет пен әлеуметтік желілер арқылы ақпаратты қабылдайтын жастардың санасында бірегейлену иерархиясында айтарлықтай өзгешеліктер байқалмайды. Интернет (38,7%), дәстүрлі БАҚ (38,1%) және әлеуметтік желілер (37,3%) арқылы ақпарат алатын жастарда өздерін Қазақстан азаматы ретінде сезіну деңгейі бірдей. Бұл барлық ақпарат көздерінің бірегейлену үрдісіне тигізетін әсердің көп екенін көрсетеді. Дегенмен де, Интернет пен әлеуметтік желілер арқылы ақпарат алатын респонденттерде этностық бірегейліктің те жоғары болғандығын көруге болады (24% және 24,9%). Дәстүрлі БАҚ арқылы ақпарат қабылдайтын азаматтарда

этностық бірегейлік көрсеткіші 2 есеге төмен (9,5%), ал діни бірегейлігінің (23,8%) және отбасылық, рулық бірегейліктің (19%) керісінше жоғары екендігін көруге болады. Бұл жастардың отбасылық, консервативтік құндылықтардың орныққанын көрсетеді.

Жастардың арасында әлеуметтік желілерді пайдалану ерекшеліктерін анықтау мақсатында «Ақпарат алу үшін ең маңызды әлеуметтік желі немесе мессенджер (ойын-сауық үшін емес) атаңыз» деген сауал қойылды. Зерттеуде әлеуметтік желілер түрінің бірегейлену үрдісіне, оның ішінде азаматтық бірегейліктің деңгейінің өзгеше болуына әсері анықталмады.



Сурет 3. «Ақпарат алу үшін ең маңызды әлеуметтік желі немесе мессенджер (ойын-сауық үшін емес) атаңыз» сұрағына берілген жауаптардың пайыздық көрсеткіші

Әлеуметтік желілердің ішінде жастар ақпаратты көбінесе «Instagram» арқылы алатыны анықталды (36,1%). Бұл ретте «Instagram» желісіндегі миллиондаған пайдаланушылары бар ақпараттық қауымдастық (сообщество) ақпарат алудың бірден-бірі көзі ретінде есептеледі. Ақпарат мұндай жағдайда мәжбүрсіз астыртын қабылданады. Ақпарат алудың көзі ретінде екінші орында «Telegram» әлеуметтік желісі тұр. Қазіргі таңда Қазақстанда «Telegram-арналарына» сұраныс күннен-күнге өсіп келе жатыр. «Telegram» арналарын талдау қызметі болып табылатын TGStat агенттігінің мәліметінше, Қазақстанда қазіргі таңда 6433 жуық Telegram-арналары бар [26]. Сауалнамаға қатысқан жастар ақпаратты бұқаралық ақпарат құралдарының, оның ішінде интернет-ресурстардың Telegram

қосымшасындағы ақпараттық арналар арқылы алатындарын атап өтті. Қазіргі кезеңде жаңа «тренд» ретінде дамып келе жатқан «Tik Tok» әлеуметтік желісі жастармен тек қана сауық үшін пайдаланылатыны анықталды.

Зерттеу көрсеткендей, жастардың арасында «Twitter» әлеуметтік желісе де арқылы ақпарат алатын жастар бар. Бұл орайды «Twitter»-дің миллиардтаған табысы барын, танымал тұлғалар мен ірі компаниялар арасында үлкен танымалдылығын және жақында әлеуметтік желіні Элон Маск иемденіп, оны одан да тиімді және қолдануға ыңғайлы ету жоспарларын ескерсек, «Twitter»-дің жас буын арасында қолдану белсенділігін болжауға болады. Әлеуметтік желі жастар үшін шетелдік жаңалықты бірінші есту мен өзінің ойын білдіруге қолайлы жеңіл интерфейсі арқылы қызықтырады.

Кесте 4. «Елімізде болып жатқан оқиғалар туралы ақпаратты қандай дереккөздерден аласыз?» сұрағына берілген жауаптардың бірегейлік түрі бойынша пайыздық көрсеткіші

№	Бірегейлік түрі	Facebook	Twitter	Instagram	WhatsApp	Telegram	Vkontakte, Однокл.	Youtube
1	Өз ұлтының өкілі	5,3%	26,2	25,5%	26,6%	22,9%	14,3%	19,3%
2	Дін өкілі ретінде	26,3%	16,7%	16,2%	18,3%	14,3%	28,6%	13,2%
3	Қазақстан азаматы	52,6%	35,7%	38,0%	36,7%	38,6%	28,6%	36,0%
4	Дүние жүзі азаматы	5,3%	11,9%	11,4%	10,1%	15,0%	14,3%	15,8%
5	Белгілі бір аумақ өкілі	5,2%	0,0%	3,7%	3,7%	2,9%	14,3%	5,3%
6	Отбасы/ ру өкілі	5,1%	9,5%	5,2%	4,6%	6,4%	0,0%	10,5%

Зерттеу нәтижесінде «Facebok» әлеуметтік желісінің азаматтық бірегейлікті қалыптастыруда бірінші орында тұрғанын байқауға болады (52,6%). Яғни, зерттеу барысында «Instagram» ақпарат алу үшін ең маңызды әлеуметтік желі ретінде көрсетілгенімен, «Facebook» қолданушылары арасында азаматтық бірегейліктің жоғары көрсеткіші орын алғанын көруге болады.

Бұл Қазақстандағы осы желінің ерекше мәртебегіне, ол қоғамдық пікірді айқындайтын ықпалдың маңызды құралына айналды деген ойды дәлелдейді [27]. Ал «Twitter», «Instagram», «WhatsApp», «Telegram», «Youtube» желілерінің жастардың азаматтық бірегейлігіне бір деңгейде әсер ететінін көруге болады. Азаматтық бірегейліктің төмен деңгейі «Vkontakte.«Одноклассники» желілерін пайдаланушыларда байқалады (28,6%). Жаһандық бірегейлік көбінесе

«Telegram» (15%), «Youtube» (15,8%) және «Vkontakte.«Одноклассники» (14,3%) әлеуметтік желілерін пайдаланатын жастарда байқалады. Бұл осы желілердегі шетелдік ақпаратты тарататын арналар мен қауымдастықтардың болуымен түсіндірулі мүмкін.

Жастардың құндылықтар жүйесі әлі де толыққанды қалыптаспағанын ескеретін болсақ, бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілердің ықпалына ең бейім жас ұрпақ екенін мойындау қажет. Бүгінгі таңда жаңа медиа тек қана жастардың өмір салтына, мінез-құлқына ғана әсер етіп қоймай, жастардың сыртқы келбетіне де өз ықпалын тигізіп келеді.

Жастардың азаматтық сана-сезімін қалыптастыру көбінесе «жасырын механизмдердің» әсерінен жүзеге асырылады. Оларға саяси шешімдер мен күнделікті

өмірдің шындығы арасындағы қайшылықтар, қоғамды біріктіретін саяси құндылықтардың болмауы жатады [23]. Осы орайда жастарға дұрыс бағдар мен құндылықтар жүйесін дәріптейтін оңтайлы ақпарат көздерін қолданған жөн.

Қорытынды

Қазіргі таңда әлеуметтік желілер кез-келген аудиториямен байланыстың негізгі арнасы ретінде берік орнықты. Интернет-ресурстарды барлық өзекті ақпаратты тұтынылатын әлеуметтік желілер мен мессенджерлер алмастырды. Жалпы Қазақстан бойынша әлеуметтік медианы пайдаланушылардың үлесі 2021 жылы 63,5% құрады [28]. Қазіргі әлемде жас ұрпақ өзін виртуалды кеңістіксіз елестете алмайды. Тұтастай алғанда, олар күн сайын күніне бірнеше сағат жұмсайды, бізге жаңа медиа ұсынатын барлық ақпаратты сіңіреді және оңдейді. Әлеуметтік желілер қазіргі таңда жас ұрпақ үшін негізгі ақпарат көзі болып табылады.

Бұқаралық ақпарат құралдары жеке адамдардың, әсіресе жас ұрпақтың көзқарастары мен мінез-құлқына әсер ете алатындығын мойындау керек. Бүгінгі таңда теледидар, газеттер, журналдар, радио ресми ақпараттың негізгі таратушылары болып қала береді, ал Интернет, зерттеу көрсеткендей, жастардың бойында құндылықтар мен азаматтық бірегейлік иерархиясын қалыптастыруға белсенді түрде қатысады. Қазіргі адамның өмірінде жаңа медиа

үлкен маңызға ие. Олар құндылық жүйесін қалыптастырады және жас ұрпаққа мінез-құлық үлгілерін тағайындайды.

Қазақстанда жалпы азаматтардың арасында жүргізілген сауалнама қорытындыларымен салыстырғанда қазіргі таңда жастардың арасында азаматтық бірегейліктің төмен деңгейі байқалады. Осы орайда әлеуметтік және саяси институттардың әлеуетін пайдаланып, жұмыстарын белсендіру жөн деп есептейміз. Оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілер арқылы бірегейлену үрдісіне ықпал ету маңызды.

Қазіргі таңда Қазақстанның медиа кеңістігі, атап айтқанда әлеуметтік желілерде жастарға арналған азаматтық құндылықтардың өздігінен дәріптеліп келе жатқанын байқауға болады. Мемлекет тарапынан мақсатты бағытталған кешенді саясат әлеуметтік желілерде жеткілікті деңгейде жүзеге асырылып жатқан жоқ деуге болады. Осы тұста жастардың арасында азаматтық бірегейлікті масс-медиа арқылы қалыптастыру маңызды инструменттердің бірі ретінде қарастырған жөн.

Жаңа медиа азаматтық бірегейлік пен патриоттық сезімді қалыптастырудың қуатты агенті болып табылады. Сондықтан Интернет пен әлеуметтік желілерді азаматтық бірегейлікті сақтап қана қоймай, оны арқырай нығайту мақсатында ұтымды пайдаланған жөн. Бұл орайда жастарға ақпаратты жастарға бейімдеп, отансүйіштік қасиеттерді дамытуға бағытталған мәліметтермен толықтырған абзал.

Әдебиеттер тізімі

1. Закон Республики Казахстан «О государственной молодежной политике в Республике Казахстан» от 9 февраля 2015 года. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31661446&pos=3;-106#pos=3;-106 (қарастырылған күні: 20.02.2023).
2. Эрик Г. Детство и общество. - Изд. 2-е, перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Ленато, АСТ, Фонд «Университетская книга», 1996. – 592 с.
3. Laitin D. Identity in formation: The Russian-Speaking Populations in the New Abroad. – Cornell University Press, 1998. – 448 p.
4. Kuran T. Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification. – Harvard: Harvard University Press. September, 1997. – 448 p.
5. Chandra K. Ethnic Parties and Democratic Stability // Perspectives on Politics. – 2005. – Vol 3(2). – P. 235-252.
6. Brubaker R. Citizenship and Nationhood in France and Germany Harvard University Press, 1992. – 270 p.
7. Gibson J. Social identities and Political Intolerance: Linkages within in the South African Mass Public // American Journal of Political Science. Volume 44, Issue 2. April, 2000. – P. 272-298.

8. Sears D.O. Opinion Formation and Information Preferences in an Adversary Situation // Journal of Experimental Social Psychology. Issues 2. – 1966. – P. 130-142.
9. Гайм Р. Гердер, его жизнь и сочинения. В 2-х тт. – Москва: Наука в серии «Слово о сущем», 2011. – 230 с.
10. Г.Гегель. Философия права. – Москва: Мысль (Философское наследие), 2015. – 391 с.
11. Роулз Дж. Идеи блага и приоритет права. Современный либерализм. – Москва: Прогресс-традиция, 1998. – С. 91.
12. Taylor Y. Liberal Natinalism. – Priceton: Ptrinceton university Press, 1993. – 318 p.
13. Smith A.D. National Identity. – Reno: Las Vegas, 1991. – P. 233.
14. Shulman S. Challenging the Civic / Ethnic and West / East Dichotomies in the Study of Nationalism // Comparative political Studies. – 2002. – Vol. 35. – № 5. – P. 559.
15. Здравомыслов А.Г. Этнополитические процессы и динамика национального самосознания россиян // Социологические исследования. – 1996. – № 12. – С. 59.
16. Тишков В.А. О нации и национализме // Свободная мысль. – 1996. – № 3. – С. 97.
17. Поляков Э.А. Нации. Национализм. Национальные интересы. – Москва, 1994. – 472 с.
18. Цыганков П.А. Российская идентичность и европейский порядок // Социально-политический журнал. – 1996. – № 6. – С. 75.
19. Журавлева В. Эволюция гражданской идентичности россиян в 20-е и 90-е гг. XX века. Автореф. дисс. канд. полит.н. – Москва, 2003. – С. 22.
20. Анисимов Р. Трансформация гражданской идентичности в России Автореф. дисс. канд. соц.н. – Москва, 2011. – С. 32.
21. Замолотова М.Ю. Формирование российской идентичности подростков как эволюционный психолого-педагогический процесс // Вестник МГУКИ. – 2009 г. – № 4. – С. 160-163.
22. Гончаренко К.О. Роль СМИ в формировании гражданской идентичности молодежи // Коммуникология: электронный научный журнал. - 2020. - №1. – С. 35-44.
23. Vecchi, A., Silva, E. S., Jimenez Angel, L. M. Nation branding, cultural identity and political polarization – an exploratory framework, International Marketing Review. – 2021. – Vol.38 (1), – P. 96-98.
24. Қазақстандық бірегейлік пен бірлікті нығайту және дамыту тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 28 желтоқсандағы № 147 Жарлығы. Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 5 мамырдағы № 681 Жарлығымен күші жойылды [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1500000147> (қарастырылған күні: 20.02.2023).
25. Асылтаева Э.Б. Экономический фактор в формировании гражданской идентичности в Казахстане. Вестник университета «Туран». – 2022. – С.143-153.
26. Каталог Telegram-каналов и чатов. [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <https://kaz.tgstat.com/> (қарастырылған күні: 20.02.2023).
27. Facebook в Казахстане: как использует соцсети управленческая элита. [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <https://informburo.kz/mneniya/erbol-edilov/facebook-v-kazahstane-kak-ispolzuet-socseti-upravlencheskaya-elita.html> (қарастырылған күні: 30.03.2023).
28. Жусупова А.С. Медиапотребление в Казахстане в 2020 году: интернет и соцсети побеждают. [Электрон. ресурс] – 2022. – URL: <https://ekonomist.kz/zhussupova/mediapotreblenie-kazahstan-2020-internet/> (қарастырылған күні: 20.03.2023).

Э.Б. Асылтаева, Ш.А. Ишмухамедов
Университет «Туран», Алматы, Казахстан

Медиа как фактор формирования гражданской идентичности молодежи

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы формирования гражданской идентичности среди молодежи. Основное внимание уделено роли средств массовой информации и социальных сетей и их влияние на процесс формирования гражданской идентичности. Современная ситуация на международной арене и растущая тенденция глобализации актуализируют вопрос о сохранении и укреплении гражданственности, формирования общественного сознания, в том числе гражданской осознанности среди молодежи. В этой связи, учитывая наличие легкого доступа у современной молодежи к получению информации, быстрое распространение различных информационных каналов, важным является изучение их влияния на сознание молодежи, в том числе на процесс формирования гражданской идентичности.

В статье определено влияние средств массовой информации и социальных сетей на формирование гражданской идентичности молодежи. Рассмотрен потенциал новых медиа-технологий в формировании гражданской идентичности, проанализировано их место в иерархии идентичностей. В исследовании определено влияние средств массовой информации на процесс идентичности молодежи в зависимости от их вида. Авторами подчеркивается важность новых медиа (Интернета и социальных сетей), при этом не исключена роль традиционных средств массовой информации. Исследование показало, что в сознании молодежи, получающей информацию через Интернет и социальные сети, не наблюдается существенных различий в иерархии идентичностей. Установлено, что молодые люди, получающие информацию через Интернет и социальные сети, имеют одинаковый уровень гражданской идентификации. В то же время в сознании молодежи, получающей информацию через традиционные СМИ, наблюдаются различия в иерархии идентичностей. Практическая значимость исследования заключается в использовании результатов исследования научным сообществом, а также специалистами в области медиа, гуманитарных наук. Данная статья подготовлена в рамках финансирования КН МНВО РК.

Ключевые слова: гражданская идентичность, молодежная политика, средства массовой информации, новые медиа-технологии, социальные сети, новые медиа, информационное пространство, Интернет.

E.B. Asyltayeva, Sh.A. Ishmukhamedov
Turan University, Almaty, Kazakhstan

Media as a factor in the formation of the civic identity of young people

Abstract. The article discusses the issues of the formation of civic identity among young people. The main attention is paid to the role of mass media and social networks and their influence on the process of formation of civic identity. The current situation in the international arena and the growing trend of globalization actualize the question of preserving and strengthening citizenship, the formation of public consciousness, including civic awareness among young people. In this regard, given the easy access of modern youth to information, the rapid spread of various information channels, it is important to study their impact on the consciousness of young people, including the process of forming civic identity.

The article defines the influence of mass media and social networks on the formation of civic identity of young people. The potential of new media technologies in the formation of civic identity is considered, their place in the hierarchy of identities is analyzed. The study determines the influence of mass media on the process of youth identity, depending on their type. The author emphasizes the importance of new media (Internet and social networks), while the role of traditional media is not excluded. The study showed that in the minds of young people who receive information through the Internet and social networks, there are no significant differences in the hierarchy of identities. It is established that young people who receive information through the Internet and social networks have the same level of civil identification. At the same time, there are differences in the hierarchy of identities in the minds of young people who receive information through traditional media. The practical significance of the research lies in the use of the research results by the scientific community, as well as specialists in the field of media, humanities. This article was developed as part of the financing of the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan.

Keywords: civic identity, youth policy, mass media, new media technologies, social networks, new media, information space, Internet.

References

1. Zakon Respubliki Kazahstan «O gosudarstvennoj molodezhnoj politike v Respublike Kazahstan» ot 9 fevralya 2015 goda [The Law of the Republic of Kazakhstan On State Youth Policy in the Republic of Kazakhstan dated February 9, 2015]. Available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31661446&pos=3;-106#pos=3;-106. [in Russian]. (accessed 20.02.2023).
2. Erik G. Detstvo i obshchestvo. - Izd. 2-e, pererab. i dop. [Childhood and Society. - 2nd ed., reprinted and amended]. (Sankt-Peterburg, Lenato, ACT, Fond «Universitetskaya kniga», 1996, 592 p.), [in Russian].

3. Laitin D. Identity in formation: The Russian-Speaking Populations in the New Abroad. (Cornell University Press, 1998, 448 p.).
4. Kuran T. Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification. (Harvard University Press, 1997, 448 p.).
5. Chandra K. Ethnic Parties and Democratic Stability. *Perspectives on Politics*. 2005. Vol 3(2). P. 235-252.
6. Brubaker R. Citizenship and Nationhood in France and Germany (Harvard University Press, 1992, 270 p.).
7. Gibson J. Social identities and Political Intolerance: Linkages within in the South African Mass Public. *American Journal of Political Science*. Volume 44. Issue 2. 2000. P. 272-298.
8. Sears D.O. Opinion Formation and Information Preferences in an Adversary Situation. *Journal of Experimental Social Psychology*. Issues 2. 1966. P. 130-142.
9. Gajm R. Gerder, ego zhizn' i sochineniya. V 2-h tt. [Herder, His Life and Writings. In 2 vols.]. (Moskva, Nauka v serii «Slovo o sushchem», 2011, 230 p.), [in Russian].
10. Gegel' G. Filosofiya prava [Philosophy of Law]. (Moskva, Mysl' (Filosofskoe nasledie), 2015, 391 p.), [in Russian].
11. Rawls J. Idei blaga i prioritet prava. *Sovremennyy liberalizm* [The ideas of the good and the priority of law. Modern liberalism]. (Moskva, Progress-tradiciya, 1998, P. 91.), [in Russian].
12. Taylor Y. Liberal Natinalism. (Priceton, Princeton University Press, 1993, 318 p.).
13. Smith A.D. National Identity (Reno, Las Vegas, 1991, P. 233.).
14. Shulman S. Challenging the Civic Ethnic and West East Dichotomies in the Study of Nationalism. *Comparative political Studies*. 2002. Vol. 35. No. 5. P. 559.
15. Zdravomyslov A.G. Etnopoliticheskie processy i dinamika nacional'nogo samosoznaniya rossiyan. *Sociologicheskie issledovaniya* [Ethnopolitical processes and dynamics of national self-consciousness of Russians. Sociological research]. 1996. No.12. P. 59, [in Russian].
16. Tishkov V.A. O nacii i nacionalizme. *Svobodnaya mysl'* [About the nation and nationalism]. 1996. No. 3. P. 97, [in Russian].
17. Polyakov E.A. Nacii. Nacionalizm. Nacional'nye interesy [Nation. Nationalism. National interests]. (Moskva, 1994, 472 p.), [in Russian].
18. Cygankov P.A. Rossijskaya identichnost' i evropejskij poryadok. *Social'no-politicheskij zhurnal* [Russian Identity and the European Order. Socio-Political Journal]. 1996. No. 6. P. 75, [in Russian].
19. Zhuravleva V. Evolyuciya grazhdanskoj identichnosti rossiyan v 20-e i 90-e gg. XX veka. Avtoref. diss. kand. polit.n. [Evolution of Civil Identity of Russians in the 20s and 90s of the XX century. Autoref. diss. cand. Of polit.sciences]. Moskva, 2003. P. 22, [in Russian].
20. Anisimov R. Transformaciya grazhdanskoj identichnosti v Rossii Avtoref. diss. kand. soc.n. [Transformation of Civil Identity in Russia Abstract of Dissertation for the Candidate of Social Sciences]. Moskva, 2011. P. 32, [in Russian].
21. Zamolotova M.Yu. Formirovanie rossijskoj identichnosti podrostkov kak evolyucionnyj psihologo-pedagogicheskij process. *Vestnik MGUKI* [Formation of the Russian Identity of Adolescents as an Evolutionary Psychological and Pedagogical Process. Vestnik MGUKI]. 2009. No.4. P. 160-163, [in Russian].
22. Goncharenko K.O. Rol' SMI v formirovanii grazhdanskoj identichnosti molodezhi. *Kommunikologiya: elektronnyj nauchnyj zhurnal* [The Role of Mass Media in the Formation of Civic Identity of Youth. Communicology: Electronic Scientific Journal]. 2020. No.1. P. 35-44, [in Russian].
23. Vecchi, A., Silva, E. S., Jimenez Angel, L. M. Nation Branding, Cultural Identity And Political Polarization – an Exploratory Framework, *International Marketing Review*. 2021. Vol.38 (1). P. 96-98.
24. Qazaqstandyq biregejlik pen birlikti nygaitu zhane damytu tuzhyrymdamasyn bekitu turaly Qazaqstan Respublikasy Prezidentinin 2015 zhylygy 28 zheltoksandagy № 147 Zharlygy. Qazaqstan Respublikasy Prezidentinin 2018 zhylygy 5 mamyrdaygy № 681 Zharlygy men kushi zhojyldy [Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated December 28, 2015 No. 147 on Approval of the Concept of Strengthening and Developing Kazakhstan's Identity and Unity. Annulled by the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated May 5, 2018 No. 681]. Available at: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1500000147>. [in Kazakh]. (accessed 20.02.2023).
25. Asyltayeva E.B. Ekonomicheskij faktor v formirovanii grazhdanskoj identichnosti v Kazakhstane. *Vestnik universiteta «Turan»* [Economic Factor in the Formation of Civil Identity in Kazakhstan. Bulletin of Turan University]. 2022. P.143-153.
26. Katalog Telegram-kanalov i chatov [Catalog of Telegram channels and chats]. Available at: <https://kaz.tgstat.com/>, [in Russian]. (accessed 20.02.2023).

27. Facebook v Kazahstane: kak ispol'zuet socseti upravlencheskaya elita. [Facebook in Kazakhstan: how the managerial elite uses social networks]. Available at: <https://informburo.kz/mneniya/erbol-edilov/facebook-v-kazahstane-kak-ispolzuet-socseti-upravlencheskaya-elita.html>, [in Russian]. (accessed 30.03.2023).

28. Zhussupova A.S. Mediapotreblenie v Kazahstane v 2020 godu: internet i soc seti pobezhdayut [Media consumption in Kazakhstan in 2020: Internet and social networks are winning]. Available at: <https://ekonomist.kz/zhussupova/mediapotreblenie-kazahstan-2020-internet/> [in Russian]. (accessed 20.03.2023).

Авторлар туралы мәлімет:

Асылтаева Эльнура Бейсенбековна – PhD, «Тұран» университетінің қауымдастырылған профессоры, Алматы, Қазақстан.

Ишмухамедов Шарип Абдрахманович – саяси ғылымдарының кандидаты, «Тұран» университетінің қауымдастырылған профессоры, Алматы, Қазақстан.

Assyltayeva Elnura Beissenbekovna – PhD, Associate Professor, Turan University, Almaty, Kazakhstan.

Ishmukhamedov Sharip Abdrakhmanovich – Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Turan University, Almaty, Kazakhstan.